



## Выйди и зайди как положено: как правильно сформулировать лид

**Лид** — это первый абзац новости, где содержатся основные факты новости, ответы на шесть вопросов (5W+1H).

Как правило, лид состоит из одного предложения, в котором есть глагол в прошедшем времени и в активном залоге. Это важно, потому что суть новости — говорить о том, что уже произошло. Редко можно использовать будущее время, говоря о событии, которое будет. Но, возможно, имеет смысл сказать, что мы сейчас узнали о том, что что-то произойдет. То есть не Илон Маск запустит новую ракету тогда-то, а Илон Маск заявил, что запустит новую ракету тогда-то. Потому что событие не в том, что произойдет когда-то в будущем, а в том, что произошло сейчас.

В этом же абзаце должна быть информация об источнике, чтобы читатель понимал, откуда вы узнали об этом, и решил, может ли он этому доверять.

Здесь же можно добавить значимые детали для того, чтобы сделать новость понятнее. Например, вы пишете про гравитационные волны. Вы можете написать: «Американские физики открыли гравитационные волны». Или вы можете добавить деталь, что существование гравитационных волн 100 лет назад предсказал Альберт Эйнштейн. Воспользуйтесь именем знаменитости, чтобы привлечь внимание читателя. Или, например, вы можете указать, что стоимость экспериментальной установки — миллиард долларов.

### Заголовок

Чаще всего заголовок рождается уже после написания лида, но возможна и обратная ситуация. Во многих редакциях к заголовкам могут предъявлять жесткие ограничения: например, что заголовок может быть не больше 70 знаков или 5 слов.

Главный элемент заголовка — глагол в прошедшем времени. Заголовки, в которых нет глагола, были, например, в СССР. Но они бессодержательны и не дают возможности понять, что произошло.

Часто заголовок — это единственное, что видит читатель в ленте новостей. Если заголовок не привлечет, если читатель не будет понимать, что это что-то важное для него, он не кликнет на ссылку, у нас не будет посещаемости, а значит — рекламодателей и денег.



Содержательность, чтобы не было, что в заголовок вынесено одно, а в тексте новости — другое.

Избегать пассивных конструкций и инверсий. Прямо в заголовке часто указывают источник информации.

Появилась новая мода на кликбейт — заголовки, в которых нет самого важного. Авторы, которые пишут такие заголовки, предполагают, что читатель кликнет мышкой, чтобы узнать секрет. Например, «Астрономы NASA с помощью зонда Horizons открыли тайны Плутона и его лун». Тут нет главного — что за тайны открыли астрономы?

Одна из проблем в заголовках научных новостей — необходимость постоянно использовать слова ученые и открыли.

Что можно сделать?

### **Использовать предмет исследования**

- ДО: «Ученые обнаружили, что континенты Плутона состоят из метана».
- ПОСЛЕ: «Континенты Плутона оказались метановыми».
  
- ДО: «Ученые обнаружили, что гены денисовского человека присутствуют в ДНК меланезийцев».
- ПОСЛЕ: «Гены денисовцев нашлись в Меланезии».

### **Инструмент все делает сам**

- ДО: «Астрономы с помощью космического телескопа Хаббл обнаружили галактику с красным смещением».
- ПОСЛЕ: «Хаббл нашел самую далекую галактику».

### **Использовать синонимы**

Например: получили, обнаружили, заметили, разглядели, заглянули, уличили (что часто использовала редакция Lenta.ru).

**Использовать метафоры, олицетворения и другие средства выразительности**, позволяющие сократить текст и приблизить информацию к читателю.

Например, «Физики из США и РФ открыли “радужную” частицу-тетракварк». Это позволяет ужать описание того, почему эту частицу принято считать радужной, и привлекает дополнительное внимание.

Или «Ученые раскрыли секрет работы абордажного крюка бактерии-”бэтмена”».

Мы делаем сам предмет ближе к читателю, используя вещи, с которыми он сталкивается в повседневности. Всегда важно делать новость ближе к читателю,

смотреть к каждой новости, каким образом новость может касаться самого человека: его здоровья, безопасности, карьеры, будущего.

### **Любая новость должна содержать в себе сюжет**

Нельзя ограничиваться началом и концом истории. Вы должны рассказывать историю о том, как ученые начали исследовать какую-то проблему, рассказывать о том, почему понадобилось ее исследовать, с чего все началось. Может, исследование — результат совпадения или озарения. Люди любят читать истории и пересказывать их, особенно те, у которых есть развернутый сюжет: с завязкой, развязкой и другими элементами хорошего детектива.